دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری
راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی

"مقاله پژوهشی"

تبیین عوامل مؤثر بر بهبود کسب وکارهای زنان روستایی کارآفرین (مورد مطالعه: روستاهای شهرستان ملایر)

خلیل میرزائی[1] و مرجان سپه‌پناه[2]

۱- مدیر گروه پژوهشی مطالعات توسعه کارآفرینی و اشتغال پایدار روستایی جهاد دانشگاهی همدان، ایران،
(نویسنده مسوول: dedsres@jdhamedan.ac.ir)
۲- دکتری ترویج و آموزش کشاورزی و عضو گروه پژوهشی مطالعات توسعه کارآفرینی و اشتغال پایدار روستایی جهاد دانشگاهی همدان، ایران

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۵/۲۳ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۸/۲۴
صفحه: ۹۳ تا ۱۰۲

چکیده مبسوط

مقدمه و هدف: امروزه، در بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته و درحال توسعه کارآفرینی روستایی به‌عنوان راهبردی برای توسعه اقتصادی و اجتماعی روستاها مطرح می‌شود. طبق مطالعات انجام‌شده، خوداشتغالی سریع‌ترین رشد بخش کشاورزی در روستاها است. لذا هدف اصلی این پژوهش، تبیین عوامل مؤثر بر بهبود کسب وکارهای زنان روستایی کارآفرین در روستاهای شهرستان ملایر می‌باشد.

مواد و روش‌ها: بر اساس آمار و اطلاعات کسب‌شده از سازمان‌ها و مراکز ذیربط، ۱۲۵ نفر به‌عنوان زنان روستایی کارآفرین در مناطق روستایی شهرستان ملایر شناسایی شد که از این تعداد ۹۲ نفر از زنان روستایی کارآفرین فعال به‌صورت تمام شماری انتخاب گردیدند. ابزار اصلی پژوهش، پرسش‌نامه‌ای شامل دو بخش بود. در بخش اول ویژگی‌های جمعیت‌شناختی زنان روستایی کارآفرین مورد مطالعه و در بخش دوم، به‌منظور تبیین مفهوم کارآفرینی زنان روستایی، فهرستی از مهم‌ترین متغیرهای مطرح در حوزه کارآفرینی زنان روستایی با بررسی مطالعات تخصصی پیشین تهیه شد و پس از اعمال نظر متخصصان حوزه‌های یادشده، پرسشنامه‌ای محقق‌ساخته جهت انجام پژوهش آماده و مبنای کار قرار گرفت. روایی پرسشنامه پژوهش توسط متخصصان کارآفرینی حوزه زنان، توسعه روستایی و اعضای هیأت علمی گروه ترویج و توسعه روستایی دانشگاه بوعلی‌سینای همدان تأیید شد و جهت تعیین پایایی پرسشنامه از روش ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. میزان این ضریب برای مقیاس مذکور، ۰/۸۳ به‌دست آمد. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS/22 و با بهره‌گیری از روش تحلیل عاملی انجام گردید.

یافته‌ها: عامل‌های شناسایی‌شده به‌ترتیب شامل؛ ویژگی‌های شخصیتی، فرهنگی-اجتماعی، شرایط خانوادگی، آموزشی-اطلاعاتی، شرایط اقتصادی، نهادی- سازمانی و عامل تأمین اعتبار بود.

نتیجه‌گیری: نتایج پژوهش نشان داد در کشور ایران مشکلات و نارسائی‌های جهانی در زمینهٔ اشتغال زنان مضاعف است و این در حالی است که حداقل به ظاهر، متون تاریخی، فرهنگی، قانونی و اجتماعی موجود در ادبیات تحقیق نشانی از هیچ گونه مانع در این رابطه در خود ندارند. این مشکلات در حدی است که درصد ناچیز اشتغال زنان در ایران، این کشور را در آخرین رده‌ها حتی در میان کشورهای در حال توسعه قرار داده است. بررسی موانع اشتغال و کارآفرینی زنان از دیدگاه‌های مختلف این فرضیه را به ذهن می‌آورد که شاید بر خلاف اکثریت آراء، عوامل درونی و به‌ویژه عدم وجود خلاقیت و خودباوری، مانع مهمی بر سر راه اشتغال و کارآفرینی بهینهٔ زنان باشد. لذا، براساس نتایج حاصل پیشنهاد می‌شود برگزاری دوره‌های پرورش و بهبود مدیریت ریسک‌پذیری، تسهیل شرایط دریافت وام، عرضه محصول در غرفه جهت شرکت در نمایشگاه‌های محلی، همکاری همسر و سایر اعضای خانواده و آموزش مهارت‌های ارتباطی در اولویت فعالیت‌های سازمان‌های ذی‌ربط قرار گیرد.

واژه‌های کلیدی: تأمین اعتبار، فعالیت اقتصادی، کارآفرین، کارآفرینی زنان، کسب‌وکار

مقدمه

امروزه، در تئوری‌های جدید توسعه روستایی از کارآفرینی روستایی به‌عنوان راهکاری مناسب برای ایجاد شغل و ظرفیت‌سازی در مناطق روستایی در جهت تغییر الگوی زندگی فعلی، کاهش شکاف میان شهر و روستا، ایجاد برابری اقتصادی، اجتماعی، محیطی و نهادی بحث می‌شود (۷). کارآفرینی روستایی از سه گزاره نیرویی که سایر منابع را برای پاسخ‌گویی به یک تقاضای بدون پاسخ بازار بسیج می‌کند، توانایی خلق و ایجاد چیزی از هیچ و فرآیند خلق ارزش توسط امتزاج مجموعه واحدی از منابع در راستای بهره‌گیری از یک فرصت، تعریف می‌شود. آنچه می‌توان برای تعریف مقوله کارآفرینی روستایی به‌کار برد عبارت است از؛ به‌کارگیری نوآورانه امکانات روستا در راستای شکار فرصت‌های کسب و کار (۲۲). با توجه به مفهوم کارآفرینی روستایی، کارآفرینان روستایی دارای خصوصیات خاصی هستند که مهم‌ترین آن‌ها شامل توانایی هماهنگی میان مردم، شیوه‌ها و فنون مختلف برای بهبود تغییرات محیطی و حفاظت از محیط طبیعی، افرادی خلاق و ریسک‌پذیر می‌باشند که با تغییرات رشد می‌کنند و باپیامدهای غیرمترقبه کنار می‌آیند و در تحقق بخشیدن به دیدگاه‌ها و ایده‌های خود مصمم و قاطع هستند، از اتخاذ تصمیم‌های پیش‌رونده لذت می‌برند. همچنین علاوه بر کشاورزی به توسعه فعالیت‌های دیگر نیز در راستای بهبود کسب‌وکار خود می‌پردازند (۱۲).

امروزه، در بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته و درحال توسعه کارآفرینی روستایی به‌عنوان راهبردی برای توسعه اقتصادی و اجتماعی روستاها مطرح می‌شود. طبق مطالعات انجام‌شده، خوداشتغالی سریع‌ترین رشد بخش کشاورزی در روستاها است (۲۴). بنابراین، سیاست کارآفرینی در نواحی روستایی تبدیل به یک ابزار راهبردی برای رسیدن به توسعه پایدار بلندمدت شده است. لذا، برای تحقق این امر لازم است موانع پیش‌روی کارآفرینان روستایی از جمله؛ موانع انسانی و مالی توسط نهادهای مسئول به امر کارآفرینی برطرف شود، تا در نهایت منجر به اشتغال، افزایش درآمد و بهبود کیفی زندگی مردم روستایی به‌خصوص زنان روستایی شود (۱۱). مطالعات در خصوص مشکلات و موانع روستا نشان از این است که مناطق روستایی با چالش‌های متعددی از جمله، فقر، بیکاری، دسترسی اندک به خدمات مختلف مانند آموزش و بهداشت، روبرو هستند؛ لذا، این مسائل سبب بیکاری و کمبود خدمات در مناطق

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-08]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1401.9.18.9.9]
[DOI: 10.52547/jea.9.18.93]

روستایی شده است که با مسن‌شدن جمعیت، مهاجرت را به همراه دارد (۲۰). محققان اعتقاد دارند که از طریق عوامل اجتماعی و اقتصادی جوامع روستایی می‌توان کسب‌وکارهای کارآفرینانه را ارتقاء داد (۶). از این‌رو، برنامه‌ریزان از کارآفرینی به‌عنوان راهبردی جهت جلوگیری از مهاجرت روستا بحث می‌کنند و کشاورزان آن را ابزاری جهت افزایش درآمد خود می‌دانند و زنان روستایی آن را به‌عنوان شغل در محل زندگی خود می‌دانند. اما، با توجه به‌میزان اهمیت کارآفرینی زنان روستایی، تحقیقات مختلفی در این خصوص انجام شده است (۲). در حالی که، زنان کارآفرین منشأ تحول در زمینه‌های مختلف تولیدی، خدماتی و صنعتی هستند، که این مسئله بسیار مهمی می‌باشد (۳). توسعه کارآفرینی سبب اشتغال‌زایی و تشویق به کسب‌وکارهای جدید و پیشرفت اقتصادی، اجتماعی و رفاهی در مناطق روستایی شده و کیفیت زندگی روستاییان را بهبود می‌بخشد. لذا، کارآفرینی روستایی را می‌توان، استفاده نوآورانه منابع و امکانات روستا برای خلق فرصت‌های کسب و کار تلقی نمود (۲۸). زیرا، ساختار ساده، زودبازده بودن و حداقل سرمایه از مزایای مهم کارآفرینی روستایی به‌حساب می‌آید (۸). زنان روستایی به‌عنوان اولین مدیران منابع‌طبیعی از دیرباز در توسعه وضعیت کشاورزی نقش‌های درخور توجهی داشته‌اند، اما با این حال در کشورهای درحال توسعه اغلب زنان روستایی در انجام فعالیت‌های کشاورزی، دامپروری و صنایع دستی نقش بالقوه‌ای دارند. بدون شک، زنان روستایی از شالوده‌های اصلی خانوار روستایی محسوب می‌شوند که بدون حضور آن‌ها ساختار اقتصادی ناپایدار خواهد بود (۱۱).

فعالیت‌های اقتصادی زنان در جهان و جهت‌گیری آنان به سمت فعالیت‌های کارآفرینانه به دلایل متعددی از جمله بیکاری، استقلال، کسب درآمد، پایین بودن دستمزدها و عدم رضایت از شغل قبلی است. اما عوامل مختلفی در تسهیل و یا تضعیف این فعالیت‌ها موثر است. بررسی این عوامل می‌تواند در توسعه فعالیت کارآفرینانه زنان نقش مهمی ایفا نماید. در گذر از مرحله سنتی به صنعتی باید به توانمندی‌ها و قابلیت‌های فردی کارآفرینان در بهره‌گیری از منابع‌طبیعی و بکارگیری تکنولوژی مدرن اهتمام ویژه قائل شویم. در دهه‌های اخیر زنان کارآفرین همواره مورد توجه جوامع پیشرفته بوده‌اند به‌طوری که بسیاری از زنان در اتحادیه‌های اروپایی توانسته‌اند در مشاغل تولیدی خرد و متوسط جایگاه خود را تثبیت نمایند. این زنان با بهره‌گیری از تسهیلات اعطایی از سوی دولت‌ها توانسته‌اند پس از گذشت چند سال تولیدات مرکز تحت پوشش خود را گسترش داده و به تنوع آنها افزوده و سازماندهی مناسبی را برای کارکنان خود ایجاد نمایند. از آنجا که کارآفرینی کانون و مرکز ثقل کار و تلاش و پیشرفت در عصر حاضر تلقی می‌شود و یک توسعه کارآفرینی و هنر اکتسابی است نه انتسابی، یک اندیشه قابل پرورش و کوشش اصولی است بدون توجه کافی به مقوله نمی‌توان به شاخص‌های رشد و توسعه که از طریق تغییر در روند تولید، پیشروی و توان افزاری فنی و صنعتی در فرهنگ آن عرصه اقتصاد حاصل می‌شود دست یافت. توسعه از جمله توسعه درونزا یک شاخص جهانی در ارزیابی کشورها از نظر توسعه‌یافتگی و توسعه‌نیافتگی به شمار می‌رود. شهروندان کشورهای توسعه‌یافته نسبت به سایر کشورها از شرایط زندگی بهتری برای رشد، پیشرفت و رفاه اجتماعی دارند. که یکی از مهمترین این عوامل زمینه‌سازی در جهت توسعه نیروی انسانی مشارکت کننده در آن می‌باشد. که می‌تواند علاوه بر خصوصیات فردی بسترهای فرهنگی و اجتماعی و غیره را شامل شود. از طرفی نیمی از جمعیت جامعه را زنان بخود اختصاص داده‌اند که خود منابع توسعه و عاملان توسعه به‌شمار می‌آیند، که با حضور فعال خود از جمله مشارکت اجتماعی در قالب خلاقیت و کارآفرینی می‌توانند عامل نیروی مؤثری در پیشبرد توسعه در تمامی زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی جامعه باشند (۲۱).

به‌طورکلی افراد، تحت تأثیر دو عامل کششی و اجباری وارد فضای کار می‌شوند. عامل کششی، اشاره به روندی دارد که در آن زنان ترغیب می‌شوند تا شغل یا فعالیت مخاطره‌آمیزی را به لحاظ اشتیاق و اصرار بر اینکه بخواهند کار و حرفه‌ای را انجام دهند، دایر می‌کنند. در حالی که عوامل اجباری اشاره به فرایندی دارد که در آن زنان ناچارند کسب‌وکاری را دایر کنند تا بتوانند مسائل و مشکلات اقتصادی خانواده و خود را برطرف نمایند (۱۸).

امروزه، کارآفرینی مفاهیمی چون نوآوری، مخاطره‌پذیری، ایجاد یا تجدید ساختار یک واحد اقتصادی و اجتماعی و استقلال‌طلبی را در ذهن انسان ایجاد می‌نماید. کارآفرینی فرآیند ایجاد و دست‌یابی به فرصت‌ها و دنبال کردن آن‌ها بدون توجه به منابعی است که در حال حاضر موجود است. یکی از جنبه‌های اصلی کارآفرینی شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌ها برای گسترش شرکت‌های کوچک‌تر است (۱۹). این درحالی است که در خصوص زنان کارآفرین، لاووی و فیلیون (۱۳) بیان می‌کنند؛ زنانی که به تنهایی و یا با مشارکت سایر افراد کسب وکاری را ایجاد کرده و یا از طریق ارث پذیرفته‌اند و با قبول ریسک‌های مالی، اجتماعی، اخلاقی و روانی در اداره امور روزانه شرکت می‌کنند و با نوآوری محصولات جدیدی را تولید می‌کنند تا در بازار بر رقبا غلبه کنند، کارآفرین هستند. در کشورهای رو به توسعه، زنان امید اول برای ارتقاء خانواده‌ها و رشد و توسعه کشورهای خود محسوب می‌شوند. موفقیت زنان کارآفرین در جوامع، نه تنها سبب سودهای اقتصادی می‌شود، بلکه منافع اجتماعی و فرهنگی هم ایجاد می‌کند. زنان به دلایل متعددی نظیر بیکاری و کاهش دستمزدها و نارضایتی از شغل قبلی وارد کارآفرینی می‌شوند. با توجه به آمارهای رسمی اخیر، سهم اشتغال زنان فقط ۱۰ درصد است و نرخ بیکاری در میان زنان خصوصاً نیروی تحصیل‌کرده افزایش قابل توجهی داشته است. سه دلیل مهم کشورها برای توجه به مقوله کارآفرینی، تولید ثروت، توسعه فناوری و اشتغال مولد است. در اواخر دهه ۱۹۷۰ در بسیاری از کشورهای پیشرفته به‌علت تغییر در ارزش‌ها و گرایش‌های جامعه و تغییرات جمعیت‌شناختی، موجی از کسب وکارهای کوچک و افراد خوداشتغال به وجود آمد (۲۴). طبق نظربوردوس (۴) موفقیت کسب‌وکارها وابسته به در دسترس بودن سرمایه در شروع فعالیت‌های کارآفرینانه و کنترل مالی مناسب یا کافی و استفاده از شیوه‌های مناسب برای منابع مالی است. همچنین، شرایط اقتصادی بر نوع فرصت‌های

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-08]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1401.9.18.9.9]
[DOI: 10.52547/jea.9.18.93]

در دسترس از قبیل شرایطی چون ثبات شرایط اقتصادی کلان و سطح رشد اقتصادی جامعه، سطوح اشتغال، نابرابری درآمدی، در دسترس بودن سرمایه و مالیات مؤثر هستند (۵). به‌طورکلی، عوامل مؤثر بر کسب‌وکار کارآفرینی زنان را می‌توان از ابعاد متنوعی بررسی کرد. از جمله؛ ابعاد شناختی–رفتاری، فرهنگی–اجتماعی، ساختاری، سازمانی، شبکه‌ای و زمینه‌ای.

بُعد اجتماعی– فرهنگی: هنجارهای رایج در زمینه تقسیم کار، وجود نوعی مرزبندی طبیعی میان کار زنان و مردان مسئله تعدد نقش زنان به‌طوری که انتظار انجام مسئولیت‌های متفاوت زنان در قالب همسر، مادر، خانه‌دار، شاغل آن‌ها را دچار تنش و تضاد نقش و فشارهای ناشی از آن می‌کند (۲۲). همچنین، وجود فرهنگ اقتدارگرا و مردسالار همواره رواج‌دهنده باورهای سنتی و کلیشه‌های جنسیتی بوده و از ابتدا، تربیت و اجتماعی شدن دختران، در نظر گرفتن خویش به‌عنوان جنس دوم و تضعیف اعتماد به‌نفس و تعمیق حس حقارت و خود کم‌بینی توانایی‌های خویش را در پی داشته است؛ همچنین، کمبود آگاهی زنان در ابعاد حقوق فردی، خانوادگی و اجتماعی، حرفه‌ای و عدم شرکت در تشکل‌های صنعتی حرفه‌ای و فعالیت‌های اجتماعی، فرهنگی، سیاسی به استمرار ساخت نابرابر کمک می رساند (۲۹).

بُعد شناختی– رفتاری: در این بُعد بیشتر انگیزه، ویژگی‌های شخصیتی و جمعیت‌شناختی مد نظر است. می‌توان گفت میان توانایی‌های شخصیتی از قبیل اعتماد به نفس، انگیزه پیشرفت و نوآوری و اشتغال زنان رابطه متقابل وجود دارد (۲۹).

بُعد سازمانی: سه دسته عوامل باعث توسعه کارآفرینی می‌شوند که عبارتند از: عوامل درون سازمانی، محیط بیرونی و ویژگی‌های شخصیتی. عوامل درون‌سازمانی عواملی هستند که مدیریت بر روی آن‌ها کنترل دارد. حمایت مدیریت، آزادی عمل و استقلال کاری، پاداش تقویت، دسترسی زمانی و مرزهای سازمانی در این دسته عوامل هستند که ناشی از مهارت‌های مدیریتی هستند (۱۲). علاوه بر این، داشتن روحیه همکاری در داخل سازمان از عوامل مهم در موفقیت‌های سازمان و افراد داخل سازمان است (۱۷).

بُعد ساختاری: حمایت نهادهای دولتی و ساختارهای قانونی مناسب در این بُعد می‌باشند. اثر مقررات قانونی بر کارآفرینی را می‌توان در رابطه دو مؤلفه مقررات قانونی که توسعه کارآفرینی را تشویق می‌کنند و یا نوآوری را محدود می‌کنند، جستجو نمود (۲۰).

بُعد شبکه‌ای: طبق این دیدگاه، کارآفرینی فرآیندی است که در شبکه‌هایی از روابط اجتماعی قرار دارد. این روابط می‌توانند رابطه کارآفرین را با منابع و فرصت‌ها محدود یا تسهیل کنند. کارآفرین در هر مرحله از فعالیت به یک نظام مشاوره و پشتیبانی نیاز دارد؛ این شبکه‌ها به ویژه، در اولین مراحل فعالیت برای به دست آوردن اطلاعات و مشاوره نقش مؤثری دارند. لذا، وجود یا عدم وجود این بُعد در توسعه کارآفرینی ضرورت دارد (۱). اساساً مطالعات متعددی در زمینه کارآفرینی زنان از جمله زنان روستایی انجام شده است ازجمله؛ یعقوبی‌فرانی و همکاران (۲۸) در تحقیق خود به این نتیجه رسیدند که بین ویژگی‌های شخصیتی، وضعیت اقتصادی و شرایط اجتماعی فرهنگی زنان با سطح کارآفرینی آن‌ها رابطه معناداری وجود دارد. جمشیدی و همکاران (۱۰) در پژوهشی به بررسی عوامل پیش‌برنده توسعه کارآفرینی زنان در روستاهای شهرستان اردل پرداختند. در این پژوهش شش عامل اقتصادی، اجتماعی، زیرساختی، ترویجی، فردی رفتاری و محیطی به‌عنوان عوامل پیش‌برنده در توسعه کارآفرینی زنان شناسایی شدند. همچنین، بیشترین اثرگذاری مربوط به عوامل اقتصادی و سپس مربوط به عوامل اجتماعی بوده که بر روی توسعه کارآفرینی زنان مؤثر هستند.

نتایج تحلیل محتوای مطالعه خسروی‌پور و پورجاوید (۱۱) با عنوان عوامل مؤثر بر رشد کارآفرینی در کسب‌وکارهای کوچک زنان روستایی اسلام آباد نشان داد، که هفت عامل کلیدی فردی، محیطی، فرهنگی–اجتماعی، انگیزشی، آموزشی–ترویجی، سیاست‌گذاری و مدیریتی نقش مهمی در کارآفرین شدن زنان روستایی دارد.

نتایج مطالعه رستم‌علی‌زاده و علی‌جمعه‌زاده (۲۳) در خصوص بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت زنان کارآفرین شهر تهران بیانگر آن است که ویژگی‌ها و شرایط اقتصادی و اجتماعی شامل سن، وضعیت تأهل، سطح تحصیلات، سابقه کار و میزان درآمد نقش مهمی در میزان کارآفرینی زنان تهرانی دارند. یعنی با افزایش سن، میزان کارآفرینی زنان اندکی کاهش پیدا می‌کند. افراد مجرد و افراد دارای تحصیلات لیسانس، روحیه کارآفرینی بالاتری دارند. همچنین، روحیه کارآفرینی زنان با افزایش سابقه کار به روحیه کارآفرینی زنان ارتقاء می‌یابد.

مطالعه هورلی (۹) در ارتباط با ترکیب نظریه‌های فمنیستی در ارتباط با کارآفرینی زنان نشان داد که کسب و کارهای خانگی اغلب توسط افرادی ایجاد می‌شوند که سرمایه زیادی ندارند. افزون براین، ایجاد سرمایه، آموزش‌های حرفه‌ای و بازاریابی می‌تواند مشوق‌های مهمی در گرایش افراد باشد و کمبود تعهد، نبود سرمایه و یا کمبود آن یک ریسک برای این نوع کسب و کارها است.

سیمسک و همکاران (۲۶) نیز بیان نمودند که زنان نیازمند تشویق و حمایت خانواده‌های خود، محافل اجتماعی و از همه مهمتر دولت هستند و دولت نیز باید تأمین حمایت‌های مالی برای زنان کارآفرین را فراهم نماید. یافته‌های تحقیق لینکلن (۱۴) نشان داده که زنان کارآفرین از فرصت‌های مساوی با مردان برخوردار نیستند که بخشی از آن از هنجارهای تبعیض آمیز فرهنگی– اجتماعی ناشی می‌شود.

مادن (۱۵) در پژوهش خود به بررسی نگاه جنسیتی بر کارآفرینی زنان در کشور ترکیه پرداخته است. نتایج این مطالعه نشان داد که در زنان کارآفرین ترکیه‌ای برخی صفات شخصیتی مشابهی وجود دارد. زنان کارآفرین موفق در ترکیه، به‌عنوان مقاوم بودن و مصمم بودن، صبور، افکار ایده‌آلی، از لحاظ ذهنی قدرتمند و نوآور شناخته شدند. نتایج همچنین نشان داد، فرصت‌های منحصر به فرد در محیط کسب‌وکار، کار کردن برای یک جامعه‌ی مناسب و مستقل بودن در تصمیمات فردی و فعالیت‌ها از جمله عوامل اصلی برای تصمیم به کارآفرین بودن در زنان کارآفرین ترکیه‌ای است. به‌عبارت دیگر، یافته‌ها نشان داد که مدیریت سرمایه‌گذاری به‌عنوان مهمترین مسئله برای زنان کارآفرین در کشور ترکیه علی‌رغم، وجود مکانیزم‌های

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-08]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1401.9.18.9.9]
[DOI: 10.52547/jea.9.18.93]

حمایتی مختلف می‌باشد. با توجه به اینکه، تداوم حیات اقتصادی و اجتماعی روستاها، در جهت احیاء منابع و سرمایه‌های مادی و معنوی آن‌ها است، شناسایی عوامل مؤثر بر کارآفرینی روستاییان به‌خصوص زنان روستایی و تلاش برای توسعه و تقویت کارآفرینی در فرآیند توسعهٔ روستایی از طریق فراهم کردن زمینه‌های اولیهٔ آن، اهمیت خاصی دارد (۱۶). لذا، از راهبردهای بلندمدت توسعه کارآفرینی روستایی، توجه به زنان روستایی و فراهم نمودن زمینه‌هایی برای کارآفرین شدن آنان است. بنا بر ضرورت توسعه سهم زنان روستایی در اقتصاد ملی و نیز مقابله با بحران بیکاری آنان، ضروری است که شرایط لازم برای توسعه کسب‌وکار زنان کارآفرین فراهم گردد تا آن‌ها با ایجاد کسب‌وکار و فرصت‌های شغلی برای خود و دیگران بتوانند معضل کنونی جامعه را پایان بخشند. لذا، هدف اصلی این پژوهش تبیین عوامل مؤثر بر کسب‌وکارهای زنان روستایی کارآفرین در روستاهای شهرستان ملایر است. زمینه فعالیت زنان روستایی در شهرستان ملایر بیشتر در حوزه جوراب‌بافی (۱۶۸ نفر)، بسته‌بندی گیاهان دارویی (۳۲ نفر)، تولید عرقیات گیاهی (۵۷ نفر)، قلم‌زنی (۳۳ نفر) و چرم دوزی (۷۸ نفر) می‌باشد. در خصوص بررسی وضعیت زنان روستایی کارآفرین شهرستان ملایر لازم به ذکر است که متشکل از افرادی است که کسب‌وکاری را به‌طور مستقل یا با شراکت، تأسیس و اداره کرده و حداقل سه سال از فعالیت آنها می‌گذرد. تعداد کارکنان آنها یک یا بیشتر و دارای فروش یا سود در محصولات خود باشند. لذا، براساس مطالب بیان شده در بخش‌های پیشین هدف اصلی مطالعه حاضر، تبیین عوامل مؤثر بر بهبود کسب وکارهای زنان روستایی کارآفرین در روستاهای شهرستان ملایر است.

مواد و روش‌ها

تحقیق حاضر از نظر پارادایم کمی، با توجه به هدف از نوع تحقیقات کاربردی و از لحاظ گردآوری داده‌ها توصیفی-پیمایشی به‌شمار می‌آید. براساس آمار و اطلاعات کسب شده از سازمان‌ها و مراکز ذیربط، از تعداد ۱۲۵ نفر زنان روستایی کارآفرین در مناطق روستایی شهرستان ملایر ۹۲ نفر زن فعال در این زمینه بودند که به‌عنوان جامعه‌آماری پژوهش به‌صورت تمام‌شماری انتخاب شدند. ابزار اصلی پژوهش پرسشنامه‌ای شامل دو بخش بود. بخش اول پرسشنامه ویژگی‌های جمعیت‌شناختی زنان روستایی کارآفرین مورد مطالعه و در بخش دوم پرسشنامه، به‌منظور تبیین مفهوم کارآفرینی زنان روستایی، ضمن بررسی کتاب‌های کارآفرینی دانشگاهی، مقالات متعدد علمی و نیز مصاحبه با اعضاء هیأت علمی حوزه کارآفرینی روستایی و ترویج کشاورزی، فهرستی از مهم‌ترین متغیرهای مطرح در حوزه کارآفرینی زنان روستایی تهیه شد و پس از اعمال نظر متخصصان حوزه‌های یادشده، پرسشنامه‌ای محقق ساخته جهت انجام پژوهش آماده و مبنای کار قرار گرفت. روایی پرسشنامه، توسط متخصصان کارآفرینی حوزه زنان، توسعه روستایی و اعضای هیأت‌علمی گروه ترویج و توسعه روستایی دانشگاه بوعلی‌سینای همدان تأیید شد و جهت تعیین پایایی پرسشنامه از روش ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. میزان این ضریب برای مقیاس مذکور، ۰/۸۳ به‌دست آمد. تجزیه و تحلیل داده‌ها در دو بخش آمار توصیفی و استنباطی با استفاده از نرم‌افزار SPSS/22 و با بهره‌گیری از روش تحلیل عاملی انجام شد.

نتایج و بحث

همان‌گونه که در جدول ۱ مشاهده می‌شود از مجموع ۹۲ نفر نمونه آماری در این پژوهش تعداد ۳۱ نفر (۳۳/۷ درصد) از پاسخ‌گویان در دامنه سنی کمتر از ۲۵ تا ۳۵ سال و ۶۶/۳ درصد در دامنه سنی ۳۶ سال به بالا قرار دارند. با توجه به اطلاعات جمع‌آوری شده میانگین سنی زنان کارآفرین ۳۳/۸۶ سال (انحراف معیار= ۴/۰۳۴) می‌باشد.

یافته‌های تحقیق نشان داد که تحصیلات ۱۲/۴ درصد زنان کارآفرین ابتدایی، ۷/۹ درصد راهنمایی، ۳/۴ درصد دبیرستان، ۳۲/۶ درصد دیپلم، ۲۷ درصد کاردانی، ۱۱/۱ درصد کارشناسی و ۵/۶ درصدکارشناسی ارشد و بالاتر می‌باشد. همچنین، سطح تحصیلات اکثر زنان کارآفرین روستایی در سطح دیپلم است و تنها پنج نفر از آنان در سطح کارشناسی ارشد و بالاتر تحصیلات دارند. مطابق یافته‌های حاصل از تحقیق، ۳۷/۱ درصد از پاسخ‌گویان مجرد، ۵۳/۸ درصد متأهل و ۹/۱ درصد مطلقه می‌باشند. بر اساس نتایج ۱۲ نفر از زنان کارآفرین سرپرست خانواده بودند. همچنین ۴۱ نفر دارای کسب‌وکار شخصی، ۳۸ نفر کسب و کار شراکتی و ۱۳ نفر نیز در این خصوص اقدام به تشکیل تعاونی نموده‌اند. همان‌گونه که در جدول ۳ ملاحظه می‌شود از مجموع زنان کارآفرین روستایی که زمینه فعالیت خود را ذکر کرده‌اند، بیشترین فراوانی (۳۷ نفر) مربوط به زنانی بوده است که به فعالیت‌های خدماتی اشتغال داشتند و فعالیت‌های کشاورزی، صنایع دستی، صنعتی و سایر موارد در رتبه‌های بعدی قرار گرفته‌اند.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-08]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1401.9.18.9.9]
[DOI: 10.52547/jea.9.18.93]

جدول ۱- توزیع فراوانی بر حسب سن، تحصیلات و زمینه فعالیت زنان کارآفرین روستایی
Table 1. Frequency distribution based on age, education and activity field of rural women entrepreneurs

متغییر	سن، سطح تحصیلات و زمینه فعالیت زنان روستایی	
گروه سنی	فراوانی	درصد
کمتر از ۲۵ تا ۳۵ سال	۳۱	۳۳/۷
۳۶ تا ۴۶ سال به بالا	۶۱	۶۶/۳
جمع	۹۲	۱۰۰
سطح تحصیلات	فراوانی	درصد
ابتدایی	۳	۱۲/۴
راهنمایی	۷	۷/۹
دبیرستان	۱۲	۳/۴
دیپلم	۳۰	۳۲/۶
کاردانی	۲۴	۲۷
کارشناسی	۱۱	۱۱/۱
کارشناسی ارشد و بالاتر	۵	۵/۶
جمع	۹۲	۱۰۰
زمینه فعالیت	فراوانی	درصد
صنعتی	۴	۳/۸
صنایع‌دستی	۲۳	۲۶/۵
کشاورزی	۲۵	۲۷/۸
خدماتی	۳۷	۳۹/۸
سایر موارد	۳	۲/۱
جمع	۹۲	۱۰۰

هدف اساسی تحلیل عاملی شناسایی عوامل زیربنایی یا زمینه‌ساز متغیرها است. در این راستا وجه مشترک متغیرها با توجه به واریانس مشترک شناسایی و سپس توسط محقق نام‌گذاری می‌شود. با وجود توانمندی این روش، داده‌هایی برای تحلیل عاملی کاربرد دارند که شایستگی لازم برای این کار را داشته باشند. بدین منظور از تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شد. بدین منظور آزمون بارتلت و ضریب KMO محاسبه گردید. چنانچه مقدار KMO بالاتر از ۰/۷ باشد می‌توان با اطمینان خاطر از تحلیل عاملی استفاده نمود. ضریب KMO با توجه به جدول ۲ برابر با ۰/۸۰۳ می‌باشد که رقم بسیار مناسبی است، سطح معنی‌داری آزمون بارتلت برابر ۰/۰۰ است که در نتیجه در سطح ۹۹ درصد معنی‌دار می‌باشد.

جدول ۲- ضریب KMO و آزمون بارتلت عوامل مؤثر بر زنان کارآفرین روستایی
Table 2. KMO coefficient and Bartlett's test of factors affecting rural women entrepreneurs

آزمون	مقدار
KMO	۰/۸۰۳
Bartletts	۲۷۹۸/۳۴۳
Sig	۰/۰۰

جدول ۳- مقادیر ویژه و درصد واریانس تبیین‌شده
Table 3. Eigenvalues and percentage of explained variance

		مقادیر ویژه اولیه		مقادیر ویژه چرخش‌یافته			
ردیف	نام عامل	مقدار ویژه	درصد واریانس	درصد واریانس تجمعی	مقدار ویژه	درصد واریانس	درصد واریانس تجمعی
۱	عامل اول	۵/۹۶۲	۲۲/۹۳۰	۲۲/۹۳۰	۲/۹۷۰	۱۱/۴۲۲	۱۱/۴۲۲
۲	عامل دوم	۲/۸۸۲	۱۱/۰۸۵	۳۴/۰۱۶	۲/۷۶۳	۱۰/۶۲۵	۲۲/۰۴۷
۳	عامل سوم	۲/۱۴۶	۸/۲۵۴	۴۲/۲۷۰	۲/۶۶۹	۱۰/۲۶۵	۳۲/۳۱۴
۴	عامل چهارم	۱/۴۱۹	۵/۴۵۹	۴۷/۷۲۹	۲/۴۹۹	۹/۶۱۱	۴۱/۹۲۵
۵	عامل پنجم	۱/۳۲۲	۵ /۰۸۶	۵۲/۸۱۵	۱/۸۹۸	۷/۳۰۰	۴۹/۲۲۵
۶	عامل ششم	۱/۲۴۱	۴/۷۷۴	۵۷/۵۸۹	۱/۶۵۶	۶/۳۶۹	۵۵/۵۹۴
۷	عامل هفتم	۱/۰۷۹	۴/۱۵۱	۶۱/۷۴۰	۱/۵۹۸	۶/۱۴۶	۶۱/۷۴۰

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-08]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1401.9.18.9.9]
[DOI: 10.52547/jea.9.18.93]

جدول ۴- متغیرها و گویه‌های زیربنایی

Table 4. Variables and underlying items

ردیف	متغیرها	گویه‌های زیربنایی
۱	ویژگی‌های شخصیتی	اراده و پشتکار، اعتماد به نفس و خودباوری، تعهد و مسئولیت‌پذیری، دوراندیشی، همکاری و کار گروهی، ریسک‌پذیری، مهارت ارتباطی، استقلال در کار و زندگی، تصمیم‌گیری سریع
۲	فرهنگی- اجتماعی	پذیرش و مقبولیت اجتماعی، تفکرات سنتی و منفی، اعتماد به توانایی‌های زنان، احترام به نظرات زنان، حقوق برابر، وجود امنیت
۳	شرایط خانوادگی	تقسیم مسئولیت‌های خانواده، کمک‌های همسر و فرزندان، تعادل بین زندگی و کسب‌وکار، مشورت با خانواده، اعتماد خانواده به فرد
۴	آموزشی- اطلاعاتی	آشنایی با دانش و مهارت تخصصی، آشنایی با ضوابط و مقررات تجاری و اداری، آشنایی با دانش و مهارت‌های مدیریتی، حقوقی، مالی، دسترسی به اطلاعات بازار خدمات، دانش و اطلاعات بازاریابی
۵	شرایط اقتصادی	کمک‌های مالی اطرافیان، سهولت دسترسی به تسهیلات، سهولت دسترسی به مواد اولیه، دسترسی به بازارهای محلی، وجود تقاضا در منطقه
۶	نهادی- سازمانی	دسترسی آسان به امکانات و تسهیلات بانک‌ها، بهره‌مندی از معافیت مالیاتی، کمک دولت جهت فروش محصولات تولیدی، کمک نهادهای دولتی در تأمین امکانات، نهاده‌ها، استفاده از اعتبارات و خدمات صندوق‌های اعتبارات زنان
۷	تأمین اعتبار	خانواده، پس انداز و سرمایه شخصی، بانک‌ها و مؤسسات مالی و اعتباری، شریک و سرمایه‌گذار

براساس نتایج حاصله از تحلیل عاملی، هفت عامل تأثیرگذار بر کارآفرینی زنان روستایی روستاهای شهرستان ملایر استخراج و شناسایی شدند که در جدول ۳ قابل مشاهده است.

عامل اول: عامل ویژگی‌های شخصیتی می‌باشد که به تنهایی ۱۱/۴۲۲ درصد از (تغییرات واریانس کل) عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان را تبیین می‌کند و در اولویت اول قرار دارد. در این عامل، نُه متغیر با بار عاملی بیش از ۰/۵ ایفای نقش می‌کنند که عبارتند از: اراده و پشتکار، اعتماد به نفس و خودباوری، تعهد و مسئولیت‌پذیری، دوراندیشی، همکاری و کار گروهی، ریسک‌پذیری، مهارت ارتباطی، استقلال در کار و زندگی، تصمیم‌گیری سریع.

عامل دوم: عامل فرهنگی-اجتماعی، ۱۰/۶۲۵ درصد از (تغییرات واریانس کل) عوامل تأثیرگذار بر کارآفرینی زنان را تبیین می‌کند و در اولویت دوم قرار می‌گیرد. در این عامل شش متغیر با بار عاملی بیش از ۰/۵ ایفای نقش می‌کنند که شامل پذیرش و مقبولیت اجتماعی، تفکرات سنتی و منفی، اعتماد به توانایی‌های زنان، احترام به نظرات زنان، حقوق برابر، وجود امنیت می‌باشد.

عامل سوم: عامل شرایط خانوادگی، ۱۰/۲۶۵ درصد از (تغییرات واریانس کل) واریانس کل را تبیین می‌کند که در اولویت سوم عوامل مؤثر بر کارآفرینی قرار می‌گیرد. در این عامل پنج متغیر با بار عاملی بیش از ۰/۵ ایفای نقش می‌کنند که عبارتند از: تقسیم مسئولیت‌های خانواده، کمک‌های همسر و فرزندان، تعادل بین زندگی و کسب‌وکار، مشورت با خانواده، اعتماد خانواده به فرد.

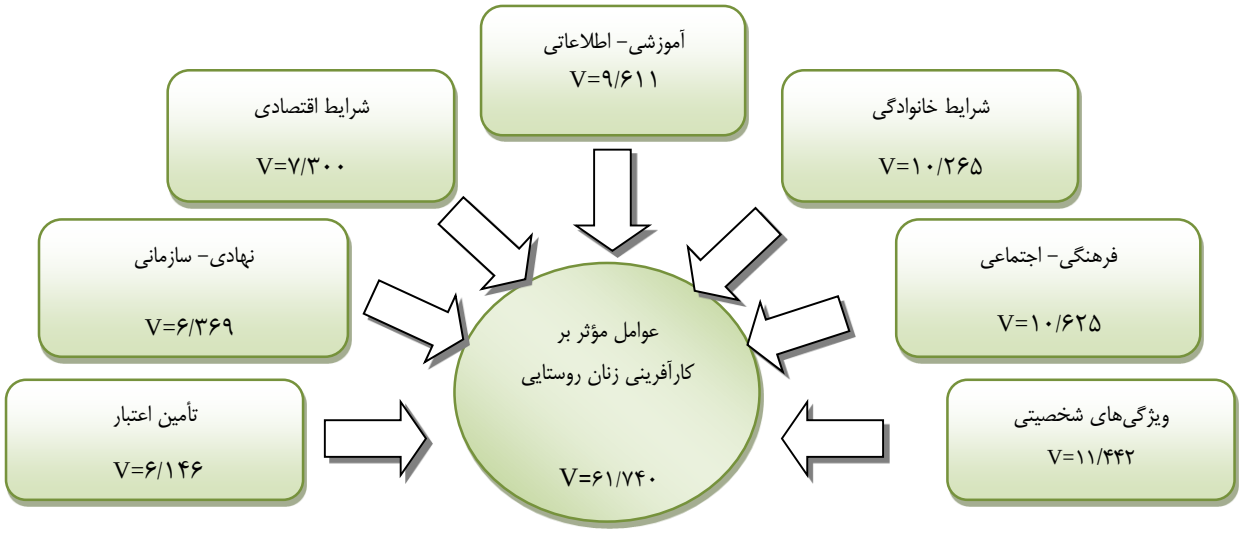
عامل چهارم: عامل آموزشی-اطلاعاتی، ۹/۶۱۱ درصد از (تغییرات واریانس کل) عوامل مؤثر بر کارآفرینی را تبیین می‌کند و در اولویت چهارم قرار می‌گیرد. در این عامل پنج متغیر با بار عاملی بیش از ۰/۵ قرار می‌گیرند که شامل آشنایی با دانش و مهارت تخصصی، آشنایی با ضوابط و مقررات تجاری و اداری، آشنایی با دانش و مهارت‌های مدیریتی، حقوقی، مالی، دسترسی به اطلاعات بازار خدمات، دانش و اطلاعات بازاریابی می‌باشد.

عامل پنجم: عامل شرایط اقتصادی، ۷/۳۰۰ درصد از (تغییرات واریانس کل) عوامل مؤثر بر کارآفرینی را تبیین می‌کند و در اولویت پنجم قرار دارد. این عامل پنج متغیر کمک‌های مالی اطرافیان، سهولت دسترسی به تسهیلات، سهولت دسترسی به مواد اولیه، دسترسی به بازارهای محلی، وجود تقاضا در منطقه را پوشش می‌دهد.

عامل ششم: عامل نهادی-سازمانی، ۶/۳۶۹ درصد از (تغییرات واریانس کل) عوامل مؤثر بر کارآفرینی را تبیین می‌کند و در اولویت ششم قرار دارد. در این عامل پنج متغیر با بار عاملی بیش از ۰/۵ ایفای نقش می‌کنند که شامل دسترسی آسان به امکانات و تسهیلات بانک‌ها، بهره‌مندی از معافیت مالیاتی، کمک دولت جهت فروش محصولات تولیدی، کمک نهادهای دولتی در تأمین امکانات، نهاده‌ها، استفاده از اعتبارات و خدمات صندوق‌های اعتبارات زنان می‌باشد.

عامل هفتم: عامل تأمین اعتبار، ۶/۱۴۶ درصد از (تغییرات واریانس کل) عوامل تأثیرگذار بر کارآفرینی را تبیین می‌کند و شامل چهار متغیر خانواده، پس‌انداز و سرمایه شخصی، بانک‌ها و مؤسسات مالی و اعتباری، شریک و سرمایه‌گذار می‌باشد. مطابق یافته‌های تحقیق، مدل تجربی عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان به‌صورت شکل ۱ ارائه شده است.

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-08]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1401.9.18.9.9]
[DOI: 10.52547/jea.9.18.93]



شکل ۱- مدل تجربی عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان روستایی روستاهای شهرستان ملایر
Figure 1. Experimental model of factors affecting rural women's entreprene urship in the villages of Malayer County

نتیجه‌گیری کلی

همان‌گونه که اشاره شد عوامل مهم و تأثیرگذار در راستای بررسی عوامل مؤثر بر کارآفرینی زنان شامل ویژگی‌های شخصیتی، فرهنگی-اجتماعی، شرایط خانوادگی، آموزشی- اطلاعاتی، شرایط اقتصادی، نهادی- سازمانی و عامل تأمین اعتبار می‌باشد. طبق نتایج به دست آمده از مطالعه حاضر و بررسی عوامل اثرگذار مشخص گردید که یافته‌ها با نتایج منتج شده از مطالعه یعقوبی‌فرانی و همکاران (۲۸)، جمشیدی و همکاران (۱۰)، خسروی‌پور و پورجاوید (۱۱) و سیمسک و همکاران (۲۶) مطابقت دارد. آنها در مطالعات خود نشان دادند که عوامل فردی و شخصیتی نقش اثرگذاری بر بهبود فعالیت زنان کارآفرین روستایی دارد و لازم است برنامه‌ریزان بر این عوامل تأکید بیشتری داشته و برنامه‌های آموزشی و حمایتی را بر این راستا تدوین و طراحی کنند.

همچنین، مرور مطالعات پیشین نشان داد که مشکلات و نارسائی‌های جهانی در زمینهٔ اشتغال زنان در کشور ایران مضاعف است و این در حالی است که حداقل به ظاهر، متون تاریخی، فرهنگی، قانونی و اجتماعی موجود در ادبیات تحقیق نشانی از هیچ گونه مانع در این رابطه در خود ندارند. این مشکلات در حدی است که درصد ناچیز اشتغال زنان در ایران، این کشور را در آخرین رده‌ها حتی در میان کشورهای در حال توسعه قرار داده است. بررسی موانع اشتغال و کارآفرینی زنان از دیدگاه‌های مختلف این فرضیه را به ذهن می‌آورد که شاید بر خلاف اکثریت آراء، عوامل درونی و به‌ویژه عدم وجود خلاقیت و خودباوری مانع مهمی بر سر راه اشتغال و کارآفرینی بهینهٔ زنان باشد. اکثریت محققین بر این باور هستند که عمدهٔ فعالیت‌های لازم برای پرورش این دو خصیصه باید در سنین خردسالی که مترادف با دوره‌های پیش‌دبستانی و دبستان می باشد، انجام بگیرد. در این رابطه نقش والدین، محیط‌های آموزشی و رسانه‌های گروهی مورد تأکید قرار گرفته است.

متأسفانه در کشور ایران، رویکرد پیشگیری و برنامه‌ریزی‌های بلندمدت در سطح کلان طرفداران زیادی ندارد. این مسئله می‌تواند علل مدیریتی داشته باشد. مثلاً به این دلیل که مدیریت‌های کلان اغلب سیاسی هستند و با تغییر دولت و دیدگاه حاکم بر آن، بسیاری از مدیران ارشد تغییر می‌کنند، مدیران تمایلی به کارهای بلندمدت که نتایج آن در طول دوران تصدی خودشان آشکار نخواهد شد، ندارند. در حالی که برنامه‌ریزی برای کارآفرینی زنان، ابعاد بسیار وسیعی دارد که از جمله مهمترین آن‌ها بُعد تعلیم و تربیتی آن است. ملاحظه شد که فعالیت زنان در عرصه‌ی کارآفرینی در جوامع مدرن، تحولات زیادی در کلیه فعالیت‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و غیره به وجود آورده و به‌عنوان مهم‌ترین ابزار کارآفرینی مدرن مورد توجه قرارگرفته است و همان‌گونه که گفته شد، زنان با داشتن دیدی خلاق و برخودار از مهارت‌های بالا، به‌عنوان نان‌آور خانواده و عامل اصلی تربیت فرزندان نقش بسیار مهمی در چرخه‌ی اقتصاد خانواده و جامعه دارند و در جامعه اسلامی وجود و حضور آن‌ها حتی در تمامی دستاوردهای پیشرفته امروزی مانند تجارت الکترونیک، فناوری اطلاعات نباید نادیده گرفته شود و اگر کارآفرینی در خانواده‌ها به‌صورت مشترک صورت می‌گیرد، زوجین باید با تفاهم و تعامل در کسب‌وکار خود فعالیت نمایند. لذا پیشنهاد می‌شود برای توسعه کارآفرینی زنان روستایی موارد زیر مورد توجه قرار گیرد:

- تدوین برنامه‌های کارشناسانه و مدون بلندمدت، میان مدت و کوتاه مدت آموزشی، تربیتی، فرهنگی و آموزشی به صورتی که نظام جامع جهت افزایش مفاهیم خلاقیت و خودباوری در کودکان به خصوص دختران خردسال کشور بررسی شود.
- اطلاع‌رسانی و آگاه‌سازی از اهمیت مفاهیم خودباوری و خلاقیت در موفقیت و آیندهٔ کودکان به‌ویژه دختران و آموزش راه‌های پرورش این دو مفهوم از طریق رسانه‌های

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-08]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1401.9.18.9.9]
[DOI: 10.52547/jea.9.18.93]

فراگیر ارتباط جمعی و کلاس‌های آموزش خانواده در مراکز آموزشی تولید برنامه‌های خاص کودکان و به ویژه دختران خردسال در تلویزیون جهت افزایش خلاقیت در آن‌ها.

- آگاه ساختن مربیان مهد کودک‌ها و مراکز پیش دبستانی، معلمان مدارس ابتدائی دخترانه و مدیران این مراکز نسبت به اهمیت نقش خودباوری و خلاقیت در کودکان و در سطح کلان در آیندهٔ کشور.
- تجهیز مدارس ابتدائی و مراکز پیش دبستانی به‌ویژه مراکز دخترانه به وسائل لازم برای رشد خلاقیت و سعی در زیباسازی و چالش‌انگیز نمودن محیط فیزیکی این مکان‌ها تأسیس مراکز حرفه‌ای و شغلی برای فعالیت‌های کارآفرینانه‌ی زنان.
- با توجه به اصل ۴۴ قانون اساسی کشور، ارائه‌ی امکانات ویژه با نگرش جنسیتی برای بانوان؛ ارائه‌ی تسهیلات لازم برای دسترس آسان‌تر زنان به خدمات مالی؛ اهمیت دادن به کارآفرینی زنان و مشارکت آنان در اقتصاد خرد کشور در هر سن و سال؛ ارائه‌ی برنامه‌های آموزشی و کمک‌آموزشی برای گسترش کارآفرینی آنان؛ حمایت قانونی از زنان و برنامه‌هایی مربوط به آنان با تأکید بر جنسیت. آگاهی دادن به زنان جوان به ویژه دانش آموختگان دانشگاهی درباره کارآفرینی، به‌عنوان شیوه‌ای سازنده در زندگی و راهی برای برون‌رفت از بیکاری.
- اثرپذیری مثبت از رخدادهای ناگوار در زندگی برای دستیابی به استقلال و کاهش رنج‌های روحی از راه پرداختن به فعالیت‌های اقتصادی.
- همخوان شدن دوره‌های آموزشی با نیازهای حرفه‌ای زنان، در راستای افزایش توانمندی‌های آنان برای پرداختن به فعالیت اقتصادی و توسعه دادن آن.
- برگزاری همایش‌ها و کنفرانس‌هایی به‌منظور آماده‌سازی زنان برای پرداختن به کارهای مستقل، تبادل دانش و اطلاعات، شناسایی و معرفی فعالیت‌های سودمند برای زنان.
- گزینش نوع فعالیت‌ها، بر پایه نیازها، ویژگی‌ها، توانایی‌های جنسیتی زنان، ارزش‌ها و هنجارهای جامعه.
- اصلاح برخوردهای منفی برخی سازمان‌ها، مؤسسات اقتصادی و اجتماعی دولتی و خصوصی با زنان کارآفرین.
- برپایی جشنواره زنان کارآفرین در سطح ملی و اعطاء جوایز به کارآفرینان برتر، به‌منظور تشویق کارآفرینی زنان.
- ایجاد دگرگونی بنیادی در سیاست‌های اقتصادی در ارتباط با اشتغال‌زایی و کارآفرینی زنان.
- ایجاد تسهیلات برای تأمین منابع مالی زنان کارآفرین از راه حذف سپرده و ضمانت‌های غیرمنطقی و غیراصولی، تشویق بانک‌ها به دادن وام‌های درازمدت با بهره اندک به زنان.
- آسان کردن روند دریافت وام‌های خوداشتغالی و وام‌های کوچک تضمینی از دولت و مؤسسات اعتباری.
- اصلاح قوانین بازرگانی و کار، قوانین مالیاتی کشور با در نظر گرفتن معافیت‌های مالیاتی، ایجاد تسهیلات در زمینه صادرات و امور گمرکی و فراهم شدن امکان اخراج کارگران نالایق، آسان‌سازی جریان صدور پروانه کسب و کار برای زنان.

منابع

1. Ahmadpour, M. 2008. Entrepreneurship, definitions, theories, models, Tehran: Fardis Publications, 6th edition (In Persian).
2. Akgün, A.A., P. Nijkamp, T. Baycan and M. Brons. 2010. Embeddedness of Entrepreneurs in Rural Areas: A Comparative Rough Set Data Analysis. Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie, 101(5): 538-553.
3. Arasti, Z. 2007. Female Iranian entrepreneurs; socio-cultural structures contributing to job creation for women. Journal of women research, 4(1-2): 93-120 (In Persian).
4. Burdus, E. 2010. Fundamentals of Entrepreneurship, Review of International Comparative Management, 11(1): 33-42.
5. Daskin, M. 2016. Investigating the Influential Factors on Small and Medium-Sized Hospitality Entrepreneurs at the Start-Up Process: A Preliminary Study from Ipoh/Malaysia. Journal of Entrepreneurship and Innovation Management, 5(1): 51-69.
6. Duarte, N. and F. Diniz. 2011. The role of firms and entrepreneurship on local development. Romanian. Journal of Regional Science, 5(1): 54-69.
7. Farji Sabkbar, H., S. Badri, H. Sejasi Keidari, T. Sadeghlou and A. Shahdadi Khajeh Asgar. 2010. Prioritization of entrepreneurship development in rural areas by using PROMTY technique, Geographical Researches, (75): 53-68 (In Persian).
8. Golrod, P. 2010. Family and solution developing entrepreneurship of women, womenstudy, 7(21): 131-149.
9. Hurley, A. 2000. Incorporating Feminist Theories in to sociological theories of entrepreneurship, women in management Review, 14(2): 54-62.
10. Jamshidi, A., A. Gemini and H. Nazari Sarmazeh. 2013. Study of factors promoting and inhibiting the development of rural women's entrepreneurship: a case study of rural women in Miankoh district of Ardel city. Women and society quarterly, 5(1): 32-40 (In Persian).
11. Khosravipour, B. and S. Pourjavid. 2016. Analyzing the factors affecting the growth of entrepreneurship in small businesses of rural women in Ghari city of Islamabad using content analysis technique. Rural Development Strategies Quarterly, 4(3): 315-299 (In Persian).

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-08]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1401.9.18.9.9]
[DOI: 10.52547/jea.9.18.93]

12. Kiakjuri, K., F. Rudgrenjad and M. Pouraisi. 2011. Presenting a conceptual model of effective obstacles on the development of rural entrepreneurship. National Rural Development Conference, Gilan University, Shahrivar, Rasht, 6:10-18.
13. Lavoie, D. and R. Filion. 1995. Forum sur Entrepreneurship feminine Quebecois, Ecole des Hautes Etudes Commerciales, Montreal.
14. Lincoln, A. 2012. Prospects and challenges of women entrepreneurship in Nigeria, 28 November 2012.
15. Maden, C. 2015. A gendered lens on entrepreneurship: women entrepreneurship in Turkey. Gender in Management. An International Journal, 30(4): 312-331.
16. Mirtrabi, M. and Y. Hijazi. 2010. Investigating the effect of rural women's personal and family characteristics on their motivation to participate in agricultural activities, Proceedings of the Second National Conference on Sustainable Rural Development, Hamedan: Bu ali Sina University, July 15 and 16 (In Persian).
17. Mohammadi, H., A. Ahmadi and S. Amin Shayan Jahormi. 2010. Investigating personality traits with entrepreneurial tendencies. Women's Sociology Quarterly, 2(1): 15-24 (In Persian).
18. Nahovi, A. and M. Kohensal. 2011. Factors affecting the progress of women entrepreneurs (case study: women of Mazandaran province). Women and Family Studies, 11(3): 111-95.
19. Orhan, M. and D. Scott. 2001. Why Women Enter in to Entrepreneurship an Explanatory Model. Women in Management Review, 16(5): 232-247.
20. Paniagua, A. 2013. Farmers in remote rural areas: The worth of permanence in the place. Land Use Policy, 35:1-7.
21. Rafiei, S., S. Fathi and T. Shiri. 2019. Study the fields of entrepreneurship development from the perspective of women entrepreneurs in Gilan province. Iranian Social Development Studies Quarterly, 12 (2): 117-129 (In Persian).
22. Robert, J. and B. Sternberg. 2004. Successful intelligence as a basis for entrepreneurship. Journal of Business Venturing, 19:189-201.
23. Rostamalizadeh, A. and P. AliJumazadeh. 2017. Investigating factors affecting the success of female entrepreneurs in Tehran. Social Development Quarterly, 12(3):172-147.
24. Saxena, S. 2012. Problems Faced by Rural Entrepreneurs and Remedies to Solve. Journal of Business and Management, 3(1): 23-29.
25. Serafimovska, H. and J. Sotiroski. 2014. Implications of the Legal Framework for the Development of Entrepreneurship. International Review of Social Sciences and Humanities, 7(1): 263-273.
26. Simsek, Z., Lubatkin, M.H. Veiga, J.F. and Dino. R.N. 2009. The role of an entrepreneurially alert information system in promoting corporate entrepreneurship. Journal of Business research, 62: 810-817.
27. YacoubiFarani, A., A. Soleimani, R. Mohadi and F. Eskandari. 2012. The effect of educational and institutional factors on the self-creation of rural women (case study: Hamadan province). Entrepreneurship Development, 2(6):134-115 (In Persian).
28. Yagoubi Farani, A., A. Soleimani and R. Mohadi. 2014. Analysis of factors influencing rural women's entrepreneurship. Women's Social Psychological Studies, 12(4): 7-42 (In Persian).
29. Yusefpour, M., M. Hosseinzadeh, H. Hosseinzadeh, S. Talenejad and Y. Akbari. 2011. Investigating the factors of women's entrepreneurship in the country's economic development, National Conference on Entrepreneurship and Management of Knowledge-Based Businesses, Mazandaran University, 25-36 (In Persian).

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-08]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1401.9.18.9.9]
[DOI: 10.52547/jea.9.18.93]

Explaining the Factors to Improve the Businesses of Rural Women Entrepreneurs (Case Study: Villages of Malair County)

Khalil Mirzaye[1] and Marjan Sepahpanah[2]

1- Assistant of Research Group for Entrepreneurship Development and Sustainable Rural Employment Studies, Jihad University, Hamadan, Iran, (Corresponding author: dedsres@jdhamedan.ac.ir)
2- Member of Research Group for Entrepreneurship Development and Sustainable Rural Employment Studies, Jihad University, Hamadan, Iran
Accepted: 15 November, 2022 Received: 14 August, 2022

Extended Abstract

Introduction and Objective: Nowdays, rural entrepreneurshipis proposed as a strategy for the economic and social development of villages in many developed and developing countries. According to the studies, self-employment is the fastest growing agricultural sector in the villages, so the purpose of this study is explaination of the affecting factors to improve rural women's business entrepreneurship in rural areas of Malayer.

Material and Methods: The statistical community of the study included 92 active rural women entrepreneurs; the sample size is indicated by the census (N=125). Data study collect using questionnaire tool (two parts). The first part was about the demographic characteristics of rural women and the second part was explaining the concept of rural women's entrepreneurship. It was prepared a list of the most important variables in rural women's entrepreneurship fields. The validity of the questionnaire was proved by women's entrepreneurship experts and faculty members of rural development at Bu-Ali Sina University. Also, the reliability of the questionnaire was 0.83. SPSS/22 and factor analysis used for data analysis.

Results: The result showed that there were seven factors that they important to rural women's business entrepreneurial, Such as socio-cultural, family circumstances, educational-information, economic conditions, institutional-organizational, and financing factors.

Conclusion: The review of the past research showed that the global problems and inadequacies in the field of women's employment are double in Iran. In addition to the existence of global problems and inadequacies in the field of women's employment, these problems are double in Iran and this is even though, at least apparently, the historical, cultural, legal, and social texts in the research literature they do not have any obstacles in this relationship. These problems are such that the small percentage of women's employment in Iran has placed this country in the last rank even among developing countries. Examining the obstacles to women's employment and entrepreneurship from different perspectives brings to mind the hypothesis that, contrary to the majority of opinions, internal factors, especially the lack of creativity and self-confidence, are an important obstacle to women's optimal employment and entrepreneurship. Therefore, based on the results of the study, the following are suggested; Conducting training courses and improving risk management, facilitating loan conditions, offering products in the booth to participate in local exhibitions, cooperation with spouse and other family members, and communication skills training.

Keywords: Business, Credit, Economic activity, Entrepreneur, Female entrepreneurship

[Downloaded from jea.sanru.ac.ir on 2026-11-08]
[DOR: 20.1001.1.25383426.1401.9.18.9.9]
[DOI: 10.52547/jea.9.18.93]